

ANALISIS KOMPARATIF KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AYAM
NELONGSO DAN AYAM BAKAR WONG SOLO
(studi kasus di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo)

Hikmiyatul zulfiyah
Agung Pujiyanto
Ute Ch.Nasution

Abstract

This study uses a quantitative method with survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this study were all customers who had bought nelongso, chicken and roasted wong solo chicken in surabaya that were at least 17 years old. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability the data analysis technique used to answer the hypothesis is the test of independt sample t test.

The result of this study indicate that all independent variables, namely service quality, price and taste have differences to the dependent variable of customer satisfaction. Significant value of service quality variables of 0.007 followed by price variables have a value of 0.0001 and then the taste variable has a signifinac value of 0.001 and the last variables dependent customer satisfaction has a significance value of 0.002. all variables have a significance value of <0.05. which means that all independent variables of service quality,price,and taste have defferences in customer satisfaction in nelongso and rosdted chicken wong solo.

Keywords: service quality, price,taste,customer satisfaction

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis pesaing itu ada di semua aspek termasuk dalam aspek usaha kuliner. Banyak usaha kuliner yang berlomba-

lomba untuk mendapatkan keuntungan yang cukup besar. Namun,ada juga pengusaha kuliner yang gulung tikar karena strategi pemasaran yang di gunakan

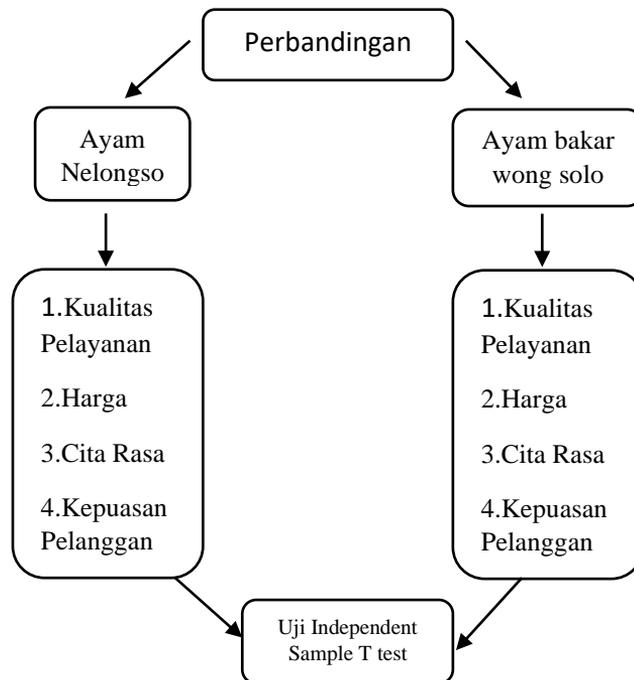
kurang tepat termasuk kualitas pelayanan yang kurang optimal. Inilah yang disebut dengan pesaing. Dalam dunia bisnis, memenangkan sebuah persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yaitu kualitas pelayanan, harga dan cita rasa untuk kepuasan pelanggan dan menarik perhatian konsumen. Ketiga aspek tersebut merupakan aspek penting bagi pengusaha kuliner. Di samping harga pengusaha kuliner juga memikirkan tentang cita rasa dan kualitas pelayanan. Aspek tersebut perlu di pertimbangan dengan baik untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada. Di zaman yang modern saat ini cita rasa memiliki khas tersendiri bagi pengusaha kuliner. Persaingan cita rasa produk menjadikan konsumen lebih kritis untuk melakukan pembelian makan yang mereka butuhkan. Terdapat perbedaan di ayam nelongs dan ayam bakar wong solo

akan tetapi mayoritas mahasiswa yang melakukan pembelian di ayam nelongs, karena tempatnya cukup strategis dekat dengan kampus. Begitu juga dengan ayam bakar wong solo, kuliner yang mempunyai *brand* terkenal dan cukup lama ini juga digemari para pelanggan khususnya karyawan melakukan pembelian di ayam bakar wong solo ketika istirahat siang atau *hang out* bersamanya teman dan keluarga.

Jika diamati dari kondisi pesaing di atas, ayam nelongs dan ayam bakar wong solo sama-sama memiliki keunggulan khas cita rasa tersendiri, harga yang cukup relatif dan juga kualitas pelayanan untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mencari permasalahan dalam penelitian ini dengan judul : “Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di

Kerangka pikiran



Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini, 2019

Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

Hipotesis :

H_{a1} : ada perbedaan yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo

H₀₁ : tidak ada perbedaan yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo

H_{a2} : ada perbedaan yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan di ayam

nelongso dan ayam bakar wong solo

H₀₂ : tidak ada perbedaan yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo

H_{a3} : ada perbedaan yang signifikan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

H₀₃ : tidak ada perbedaan yang signifikan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Metode Penelitian

Rancangan penelitian

Penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan ayam nelongso dan ayam bakar wong solo. Tahapan-tahapan dalam penelitian ini yaitu mencari teori-teori yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan

pelanggan. Setelah mengetahui teori dari setiap variabel penelitian yang digunakan, selanjutnya menyusun pernyataan yang berasal dari indikator masing-masing variabel sebagai alat ukur untuk memperoleh data berupa angka-angka di setiap variabel. Setelah mengetahui teori dari variabel independent dan variabel dependent maka akan mudah untuk menyusun pertanyaan yang nantinya akan digunakan untuk mencari perbedaan/persamaan dari setiap variabel. Tahap berikutnya adalah mengolah data variabel menggunakan software SPSS. Kemudian hasil software ini akan mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah membeli di ayam nelongso dan di ayam bakar wong solo di Surabaya yang berusia minimal 17 tahun.

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak diketahui dengan pasti

maka besar sampel yang digunakan menurut rumus Rao Purba (2006), jumlah responden dalam penelitian ini adalah 96 orang (sampel) dan dibulatkan menjadi 100 responden yang pernah membeli di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Pengukuran dan Instrument Penelitian

Menurut sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang disusun sesuai dengan indikator-indikator dari variabel penelitian selanjutnya, dibuat butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh para responden dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat.

Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *primer* berupa tanggapan responden yang berisi tentang pendapat atau pun penilaian responden mengenai perbedaan kualitas pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data penulis menggunakan

kuesioner (angket) dan *library study* (studi kepustakaan) dalam penelitian ini.

Penyajian, Analisis Data Dan Pembahasan

a) Uji kesamaan varian

Sebelum menganalisis hasil uji T beda maka terlebih dahulu untuk uji independenst sample T test melihat nilai kesamaan varian (*levene's test for equality of variances*). Uji T bisa dilakukan apabila menunjukkan kesamaan varian diantara variabel yang diuji. hasil uji menunjukkan nilai signifikasinya uji varian (*levene's test for equality of variances*) diatas 0.005. seluruh variabel memiliki nilai varian lebih dari 0.005 yang berarti menunjukkan hipotesis nihilnya berada didaerah penerimaan Ho sehingga bisa diartikan bahwa seluruh nilai varian dari variabel kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa

terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan kesamaan.

b) Uji Beda

Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai $t -2.762 > 1.987$ dan signifikasi $0.07 < 0.05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima, yang berarti ada perbedaan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh rumah makan ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo.

Variabel harga (X2) memiliki nilai $t 3.340 > 1.987$ dan signifikasi $0.001 < 0.005$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya menunjukkan bahwa terjadi perbedaan pendapat tentang harga sebagai kepuasan konsumen antara rumah makan ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Variabel cita rasa ternyata terdapat perbedaan antara pelanggan ayam nelongso dan ayam bakar wong solo dimana nilai t menunjukkan t_{hitung} -

$3.517 > t_{\text{tabel}} 1.987$ dan signifikansi $0.001 < 0.005$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa ada perbedaan rasa menu makanan antara ayam nelongso dan ayam bakar wong solo menurut konsumen yang mengkonsumsi ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dari analisis *compare mean-independent sample t test* menggunakan bantuan *Spss for windows versi 19* variabel kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. Menunjukkan bahwa ada perbedaan kualitas pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan dengan artian bahwa konsumen menilai kualitas pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo adalah berbeda. Hal ini diketahui dari hasil analisis data dimana semua variabel yang diuji dalam penelitian ini berbeda nyata, antara kualitas pelayanan ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo,

harga ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo dan cita rasa ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan variabel kualitas pelayanan ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo terhadap kepuasan pelanggan. Ada perbedaan variabel harga ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo terhadap kepuasan pelanggan dan ada perbedaan variabel cita rasa ayam nelongso dengan ayam bakar wong solo terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono.(2016).*metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*.Bandung:penerbit alfabeta bandung.
- Sugiyono,ilyas.2017.*analisis perbandingan persepsi konsumen terhadap minat beli pada giant A.yani dan hypermart royal plaza surabaya(skripsi)*.

Universitas 17 agustus
1945:Surabaya.

Bimo,Suseno.(06 oktober 2010).
<http://www.statistikolahdata.com>
_ Di akses 6 oktober 2010

Vikanatalia,kristina.(2018).*anali
sis perbandingan persepsi
kualitas pelayanan, harga
dan kepuasan konsumen
gojek dan
grab(skripsi)*.Universitas
Sanata
Dharma:Yogyakarta